



TUGAS AKHIR



ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN MATCHBOX TOO COFFEE AND FRIENDS

Oleh :

Sandra Yuni Wulan Dari (1310.030.016)

Dosen Pembimbing :

Santi Puteri Rahayu., M.Si, ph.D

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III
JURUSAN STATISTIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU
PENGETAHUAN ALAM
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2014**



BAB I PENDAHULUAN

Rumusan Masalah

Manfaat

Latar Belakang

Tujuan

Batasan Masalah



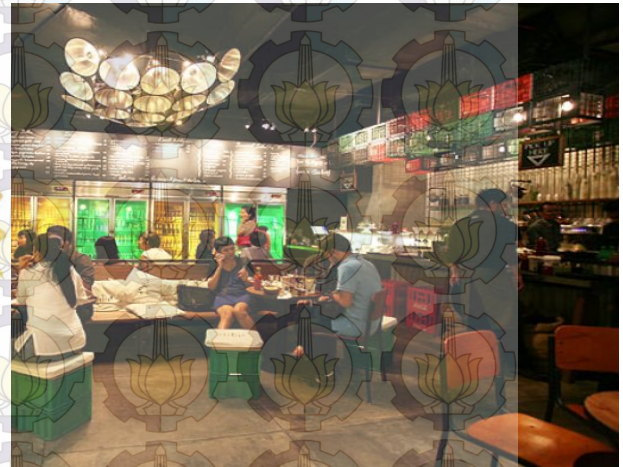
Latar Belakang

20%



Jl. Jawa No. 33 Surabaya





Parsial

Menyeluruh

Analisis
Kesenjangan

Customer
Satisfaction
Index



Penelitian Sebelumnya

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Cuppa Coffee Inc Mall Ciputra World Surabaya oleh Adi Marta (2008). penelitian tersebut menggunakan analisis kesenjangan

Fitriarma (2007) mengenai Analisis Statistik Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Kantin SCC ITS Surabaya, penelitian tersebut menggunakan analisis regresi logistik dan analisis kesenjangan.



Rumusan Masalah

1

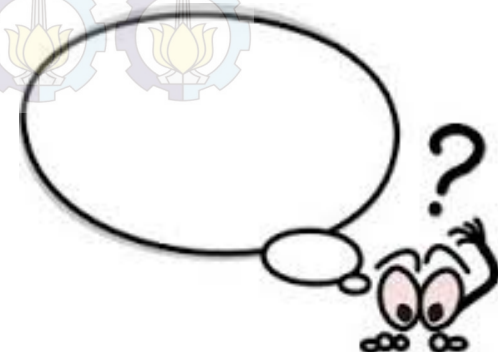
Bagaimana karakteristik pelanggan “Matchbox Too Coffee and Friends”?

3

Bagaimana indeks kepuasan pelanggan “Matchbox Too Coffee and Friends” secara keseluruhan pada kelima dimensi pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*)?

2

Bagaimana kesenjangan antara harapan dan kenyataan, berdasarkan kepuasan pelanggan, terhadap pelayanan “Matchbox Too Coffee and Friends” secara parsial pada masing-masing dimensi pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*)?





Tujuan

1

Mengetahui karakteristik pelanggan “Matchbox Too Coffee and Friends”

2

Menganalisis kesenjangan antara harapan dan kenyataan, berdasarkan kepuasan pelanggan, terhadap pelayanan “Matchbox Too Coffee and Friends” secara parsial pada masing-masing dimensi pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*)

3

Mendapatkan indeks kepuasan pelanggan “Matchbox Too Coffee and Friends” secara keseluruhan pada kelima dimensi pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*)



Manfaat

- Bagi penulis, manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah dapat mengaplikasikan metode statistika yang telah dipelajari, terutama untuk kasus kepuasan pelanggan dan pelayanan.
- Bagi pihak “Matchbox Too Coffee and Friends”, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan untuk memperbaiki kualitas pelayanan, agar dapat memenuhi harapan pengunjung.



BENEFITS

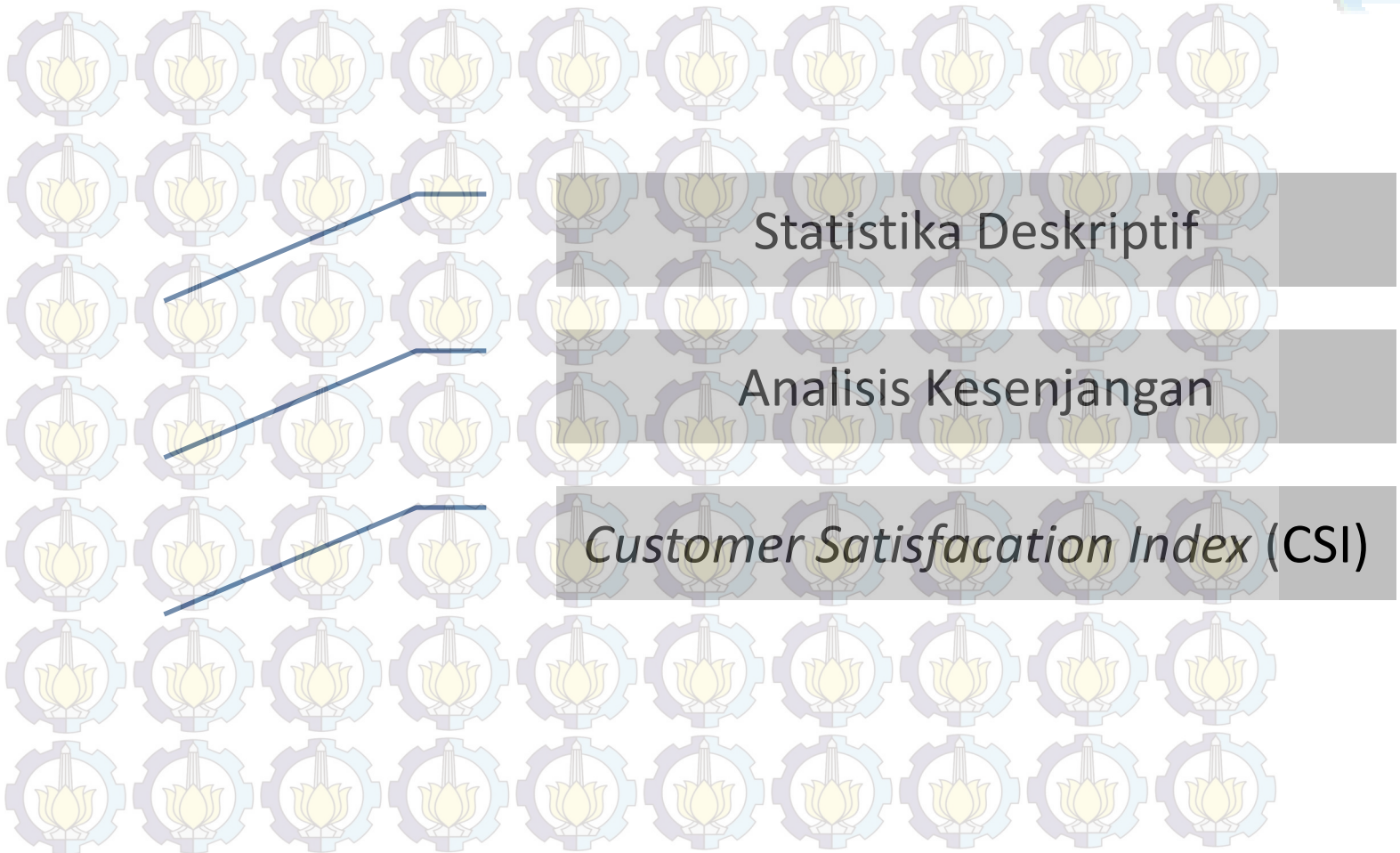


Batasan Masalah

1. Pengunjung yang dijadikan responden adalah yang datang dan menikmati menu makanan atau minuman di “Matchbox Too Coffee and Friends” minimal 3 kali pada 3 bulan terakhir.
2. Keterbatasan peneliti hanya melakukan pengambilan sampel pada jam tertentu, tetapi masih mempertahankan keacakan.



BAB II LANDASAN TEORI





Statistika Deskriptif

Diagram lingkaran adalah salah satu diagram untuk menggambarkan atau merepresentasikan data sebagai dalam bentuk gambar berupa lingkaran. Interpretasinya berupa lingkaran maka data harus membentuk penjumlahan dan tiap datum (item data) dapat dinyatakan sebagai persen (memiliki porsi tertentu antara 0 hingga 100) terhadap data (Walpole, 1995).

Tabel kontingensi atau yang disebut dengan tabulasi silang adalah (*cross tabulation* atau *cross classification*) adalah tabel berisi data jumlah atau frekuensi atau beberapa klasifikasi (kategori) (Agresti, 1990).



Analisis Kesenjangan

- 1 Memetakan setiap atribut berdasarkan skor rata-rata antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja dapat dilakukan yang pertama dengan menganalisis kuadran.

$$\bar{X}_j = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad \bar{Y}_j = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan :

X_j : nilai rata-rata tingkat penilaian kinerja (kenyataan) atribut ke-j

Y_j : nilai rata-rata tingkat penilaian kepentingan (harapan) atribut ke-j

n : jumlah responden

$$[(\bar{X}_1, \bar{Y}_1), (\bar{X}_2, \bar{Y}_2), \dots, (\bar{X}_j, \bar{Y}_j)]$$



2 Menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan atribut.

$$\bar{\bar{X}}_p = \frac{\sum_{j=1}^k \bar{X}_j}{k} \quad \bar{\bar{Y}}_p = \frac{\sum_{j=1}^k \bar{Y}_j}{k}$$

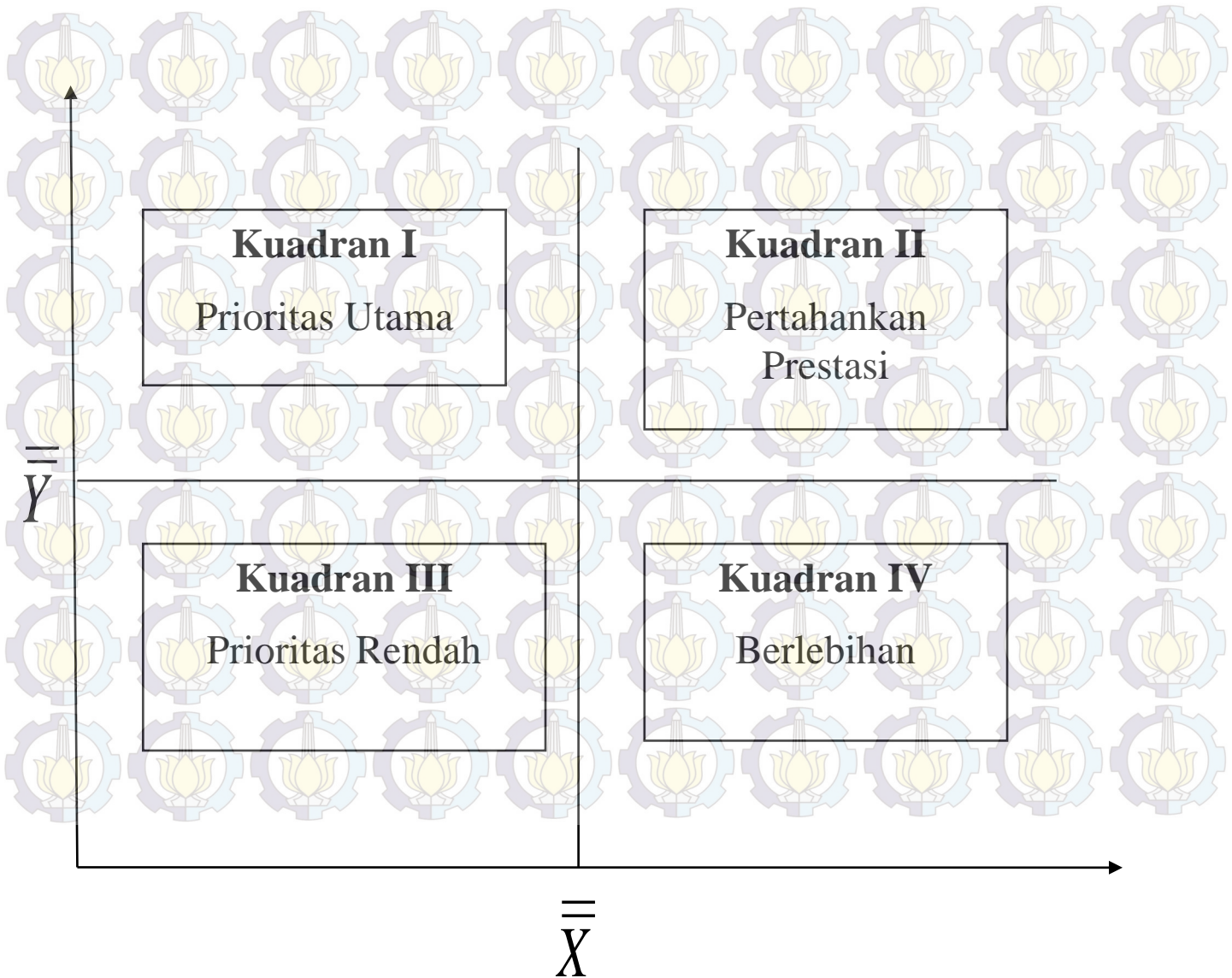
Keterangan :

$\bar{\bar{X}}_p$: nilai rata-rata kinerja (kenyataan) untuk keseluruhan atribut

$\bar{\bar{Y}}_p$: nilai rata-rata kepentingan (harapan) untuk keseluruhan atribut

k : jumlah atribut

$$\left[(\bar{\bar{X}}_1, \bar{\bar{Y}}_1), (\bar{\bar{X}}_2, \bar{\bar{Y}}_2), \dots, (\bar{\bar{X}}_p, \bar{\bar{Y}}_p) \right]$$



Uji data Berpasangan

- Uji berpasangan digunakan untuk membandingkan selisih pada setiap pasang data terdapat perbedaan atau tidak (Montgomery, 2001).

- Statistik Uji

$$t = \frac{\bar{D} - \delta_0}{S_D / \sqrt{n}}, df = n - 1, \delta_0 = 0$$

$$\bar{D} = \sum_{i=1}^n D_i / n$$

$$S_D = \sqrt{\sum_{i=1}^n (D_i - \bar{D})^2 / (n - 1)}$$



Customer Satisfaction Index

Metode ini digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan secara keseluruhan dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut mutu jasa yang diukur (Irawan, 2003).

Nilai CSI	Kriteria Nilai CSI
81 – 100	Sangat Puas
66 – 80	Puas
51 – 65	Cukup Puas
35 – 50	Kurang Puas
00 – 34	Tidak Puas



1

Menentukan *Mean Important Score* (MIS) atau rata-rata tingkat persepsi untuk keseluruhan atribut ($\bar{\bar{X}}$) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) atau rata-rata tingkat harapan ($\bar{\bar{Y}}$) untuk keseluruhan atribut

2

Menghitung *Weight Factor* (WF). Bobot ini merupakan presentase nilai MIS atau rata-rata tingkat persepsi untuk keseluruhan atribut ($\bar{\bar{X}}$) dibagi total $\bar{\bar{X}}$ seluruh atribut.

$$WF_i = \frac{\bar{X}_i}{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i} \times 100\%$$



3

Menghitung *Weight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara *Weight Factor* dengan rata-rata tingkat harapan (\bar{Y}).

$$WS_i = WF_i \times \bar{Y}$$

4

Menghitung *Weight Total* (WT), yaitu menjumlahkan *Weight Score* dari semua dimensi.

$$WT = \sum_{i=1}^n WS_i$$

5

Menghitung *Satisfaction Index* (Indeks Kepuasan), yaitu membagi *Weight Total* dengan HS (*Height Scale*) atau skala yang digunakan kemudian dikalikan 100 persen.

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\%$$



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Sumber Data

Metode
Pengambilan
Sampel

Vriabel Penelitian

Uji Validitas

Uji Reliabilitas

Metode Analisis
Data



Sumber Data

Data Primer

Survey

Pengunjung yang datang
dan menikmati makanan
atau minuman di Matchbox
Too Coffee and Friend lebih
dari sama dengan 3 kali
pada minimal 3 bulan
terakhir

Hari senin sampai
minggu pada bulan
Maret dan
berdasarkan jam
buka pukul 11.00 –
24.00 WIB



Metode Pengambilan Sampel



Accidental Sampiling

Hari	Jumlah
Senin – Jumat	150
Sabtu dan Minggu	250

200



Hari	Responden
Senin	26
Selasa	26
Rabu	26
Kamis	26
Jumat	26
Sabtu	35
Minggu	35



Variabel Penelitian



Variabel
Demografi



No.	Variabel	Keterangan
D1	Jenis Kelamin	a. Laki-laki b. Perempuan
D2	Usia	a. < 15 tahun b. 16-25 tahun c. 26-35 tahun d. >35 tahun
D3	Pekerjaan	a. Pegawai Negeri b. Pegawai swasta c. Pelajar d. Mahasiswa e. Wiraswasta f. lainnya,.....
D5	Jumlah pendapatan atau uang saku per bulan (Rp)	a. Kurang dari Rp 500.000 b. Rp 500.000 – Rp 1.000.000 c. Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000 d. Rp 1.500.001 – Rp 2.500.000 e. Lebih dari Rp 2.500.000



Variabel
Karakteristik
dan Perilaku



No.	Variabel	Keterangan
K1	Darimana mengetahui Matchbox Too Coffee and Friends	a. Keluarga b. Teman c. Sosial Network d. lainnya,.....
K2	Alasan mengunjungi Matchbox Too Coffee and Friends	a. Harga terjangkau b. Lokasi strategis c. Pelayanan baik d. Citarasa yang enak e. Suasana nyaman f. lainnya,.....
K3	Bersama siapa berkunjung ke Matchbox Too Coffee and Friends	a. Teman b. Pacar c. Keluarga d. lainnya,.....



Variabel Pelayanan



Dimensi
Tangible

T1	Kebersihan Matchbox Too Coffee and Friends	Skala Likert 1-6
T2	Kerapian Matchbox Too Coffee and Friends	Skala Likert 1-6
T3	Tempat parkir luas	Skala Likert 1-6
T4	Ruangan Matchbox Too Coffee and Friends memiliki dekorasi yang menarik	Skala Likert 1-6
T5	Lokasi Matchbox Too Coffee and Friends mudah ditemukan	Skala Likert 1-6
T6	Pegawai Matchbox Too Coffee and Friends berseragam bersih dan rapi	Skala Likert 1-6
T7	Kebersihan toilet	Skala Likert 1-6
T8	Matchbox Too Coffee and Friends memiliki tempat yang nyaman	Skala Likert 1-6
T9	Suhu dalam ruangan sesuai	Skala Likert 1-6
T10	Tata letak meja dan kursi tidak membatasi ruang gerak	Skala Likert 1-6



Dimensi
Reliability

R1	Keakuratan dalam perhitungan administrasi oleh pegawai pada saat membayar	Skala Likert 1-6
R2	Wifi lancar (tidak lemot)	Skala Likert 1-6
R3	Pihak Matchbox Too Coffee and Friends memberikan perhatian serius terhadap pelanggan ketika tempat penuh	Skala Likert 1-6
R4	Promo menu atau adanya spesial diskon bagi para pelanggan	Skala Likert 1-6
R5	Waktu untuk menunggu pesanan cepat	Skala Likert 1-6
R6	Pegawai Matchbox Too Coffee and Friends dapat diandalkan	Skala Likert 1-6



Dimensi
Responsiveness

Res1	Kecepatan pegawai terhadap pelanggan dalam hal pemesanan makanan	Skala Likert 1-6
Res2	Penanganan keluhan cepat	Skala Likert 1-6
Res3	Kecepatan pelayanan pembayaran	Skala Likert 1-6
Res4	Pegawai tidak membiarkan pelanggan berdiri lama ketika tempat penuh	Skala Likert 1-6
Res5	Ketika pelanggan membutuhkan sesuatu, pegawai memiliki waktu luang untuk membantu	Skala Likert 1-6
Res6	Kecepatan pegawai saat memberikan menu kepada pelanggan	Skala Likert 1-6



Dimensi Assurance

A1	Kesesuaian porsi makanan atau minuman dengan harga	Skala Likert 1-6
A2	Kehigienisan makanan (misalnya tidak ada lalat pada makanan yang disajikan)	Skala Likert 1-6
A3	Menu makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan gambar	Skala Likert 1-6
A4	Kesesuaian antara makanan yang dipesan dengan yang diberikan	Skala Likert 1-6
A5	Pegawai selalu bersikap sopan dan sabar kepada pelanggan diberikan	Skala Likert 1-6
A6	Harga pada menu makanan dan minuman sesuai dengan kualitas	Skala Likert 1-6
A7	Kemampuan pegawai mengingat tempat duduk pelanggan	Skala Likert 1-6



Dimensi
Emphaty

E1	Menanggapi complain pelanggan	Skala Likert 1-6
E2	Keramahan pegawai ketika pelanggan memesan makanan	Skala Likert 1-6
E3	Pegawai Matchbox Too Coffee and Friends memberikan pegawaian yang sama tanpa memandang status sosial	Skala Likert 1-6
E4	Pegawai mampu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan	Skala Likert 1-6



Uji Validitas

Hipotesis

H_0 : Pertanyaan tidak mengukur aspek yang sama

H_1 : Pertanyaan mengukur aspek yang sama

Statistik Uji

$$r = \frac{N(\sum_{i=1}^N X_i Y_i) - (\sum_{i=1}^N X_i)(\sum_{i=1}^N Y_i)}{\sqrt{\left[N \sum_{i=1}^N X_i^2 - (\sum_{i=1}^N X_i)^2 \right] \left[N \sum_{i=1}^N Y_i^2 - (\sum_{i=1}^N Y_i)^2 \right]}}$$

Keterangan :

r : Koefisien korelasi produk momen

x : Skor jawaban tiap pertanyaan

y : Skor jawaban total

n : Jumlah responden

Daerah Kritis

Tolak H_0 jika $p\text{-value} < \alpha$



Uji Reliabilitas

Statistik Uji

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{b=1}^k \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right)$$

Hipotesis

H_0 : alat ukur tidak reliabel atau tidak konsisten

H_1 : alat ukur reliabel atau konsisten

Daerah Kritis

Tolak H_0 jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,7

α : Koefisien reliabilitas yang dicari

k : Jumlah butir pertanyaan

σ_b^2 : Varians butir pertanyaan

σ_i^2 : Varians skor total

Alpha Cronbach	Keterangan
0,0 – 0,2	Kurang reliabel
0,2 – 0,4	Agak reliabel
0,4 – 0,6	Cukup reliabel
0,6 – 0,8	Reliabel
0,8 – 1,0	Sangat Reliabel



BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN



Uji Validitas



Hipotesis

H_0 : Pertanyaan tidak mengukur aspek yang sama

H_1 : Pertanyaan mengukur aspek yang sama

Taraf Signifikan

5 %

Daerah Kritis

Tolak H_0 jika $p\text{-value} < \alpha$

Variabel	P-Value
Tangible 1	0,015*
Tangible 2	0,001*
Tangible 3	0,009*
Tangible 4	0,009*
Tangible 5	0,199
Tangible 6	0,000*
Tangible 7	0,038*
Tangible 8	0,001*
Tangible 9	0,008*
Tangible 10	0,006*
Reliability 1	0,000*
Reliability 2	0,001*
Reliability 3	0,001*
Reliability 4	0,000*
Reliability 5	0,001*
Reliability 6	0,000*

Variabel	P-Value
Responsiveness 1	0,000*
Responsiveness 2	0,000*
Responsiveness 3	0,000*
Responsiveness 4	0,000*
Responsiveness 5	0,000*
Responsiveness 6	0,000*
Assurance 1	0,000*
Assurance 2	0,009*
Assurance 3	0,000*
Assurance 4	0,006*
Assurance 5	0,000*
Assurance 6	0,000*
Assurance 7	0,000*
Emphaty 1	0,000*
Emphaty 2	0,000*
Emphaty 3	0,000*
Emphaty 4	0,000*



Uji Reliabilitas

Hipotesis

H_0 : alat ukur tidak reliabel atau tidak konsisten

H_1 : alat ukur reliabel atau konsisten

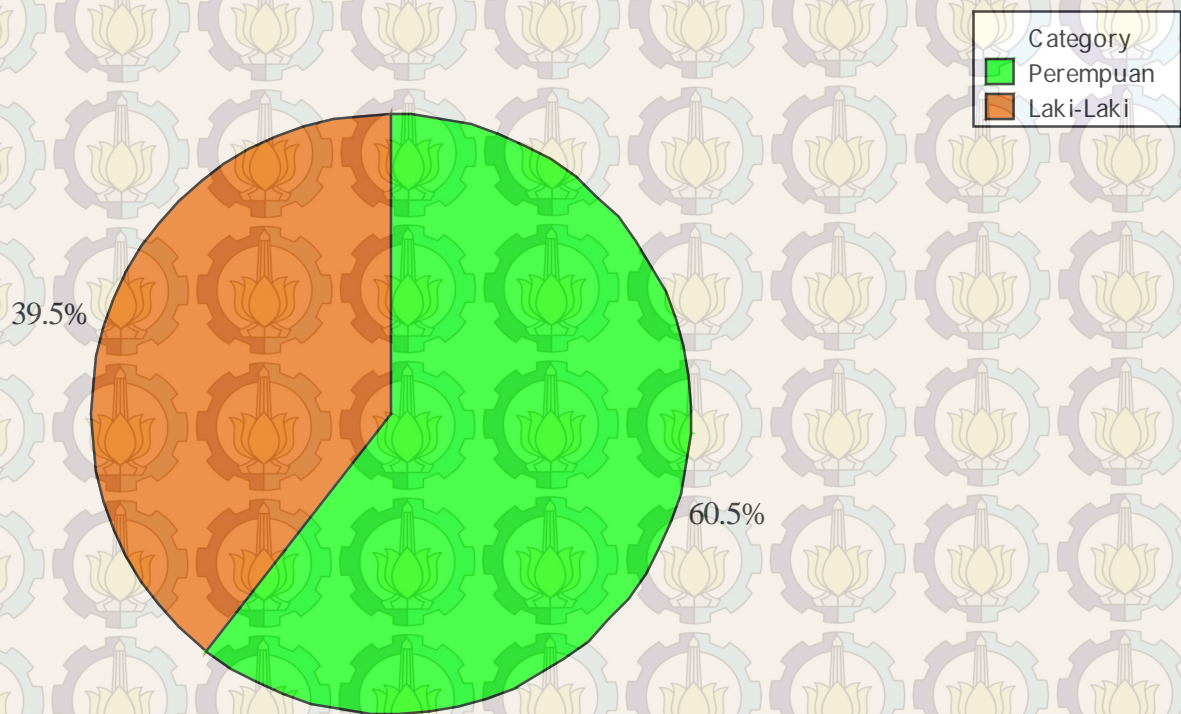
Daerah Kritis

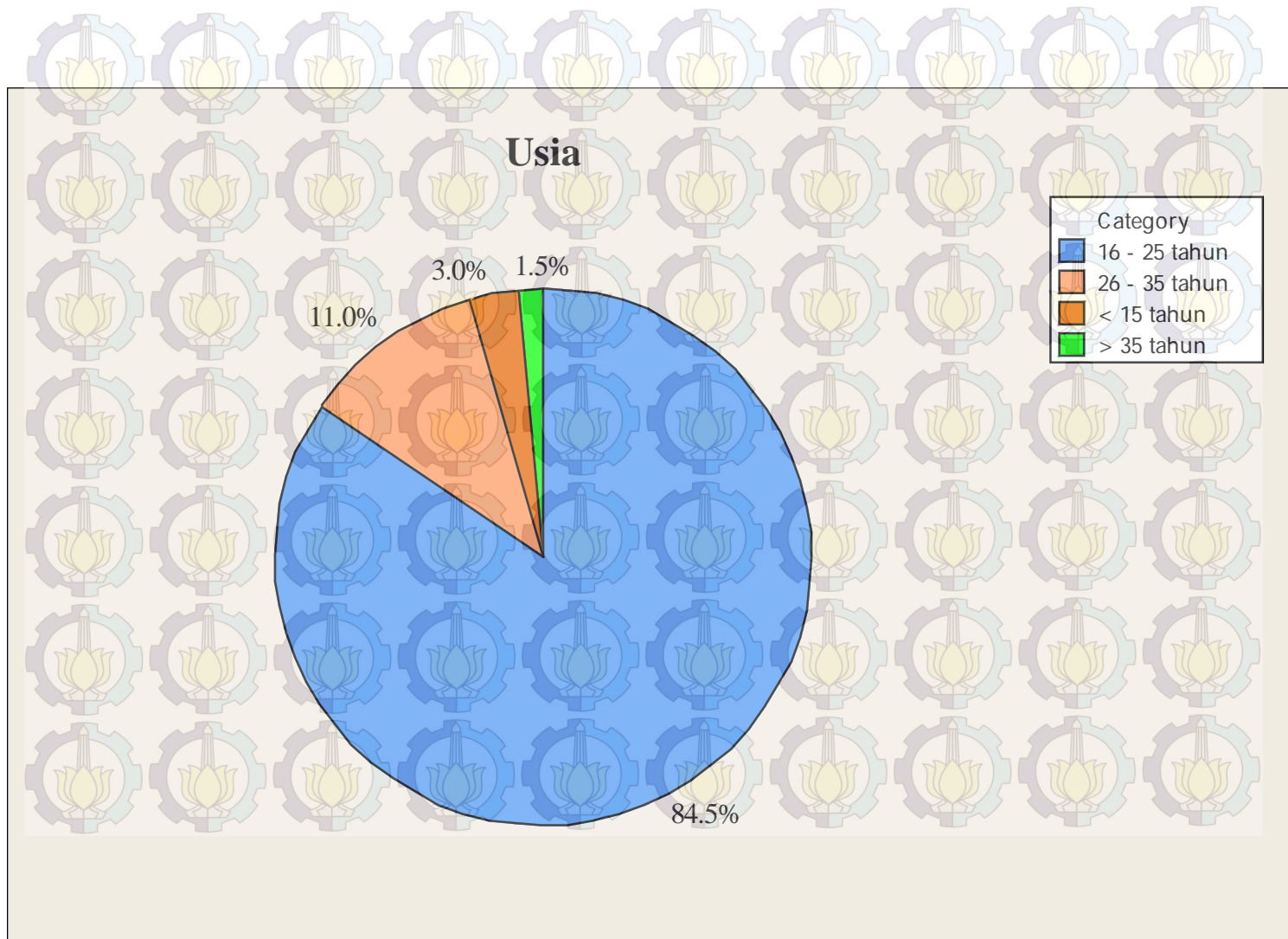
Tolak H_0 jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$

Dimensi	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>
Tangible	0,870*
Reliability	0,812*
Responsiveness	0,856*
Assurance	0,868*
Emphaty	0,842*



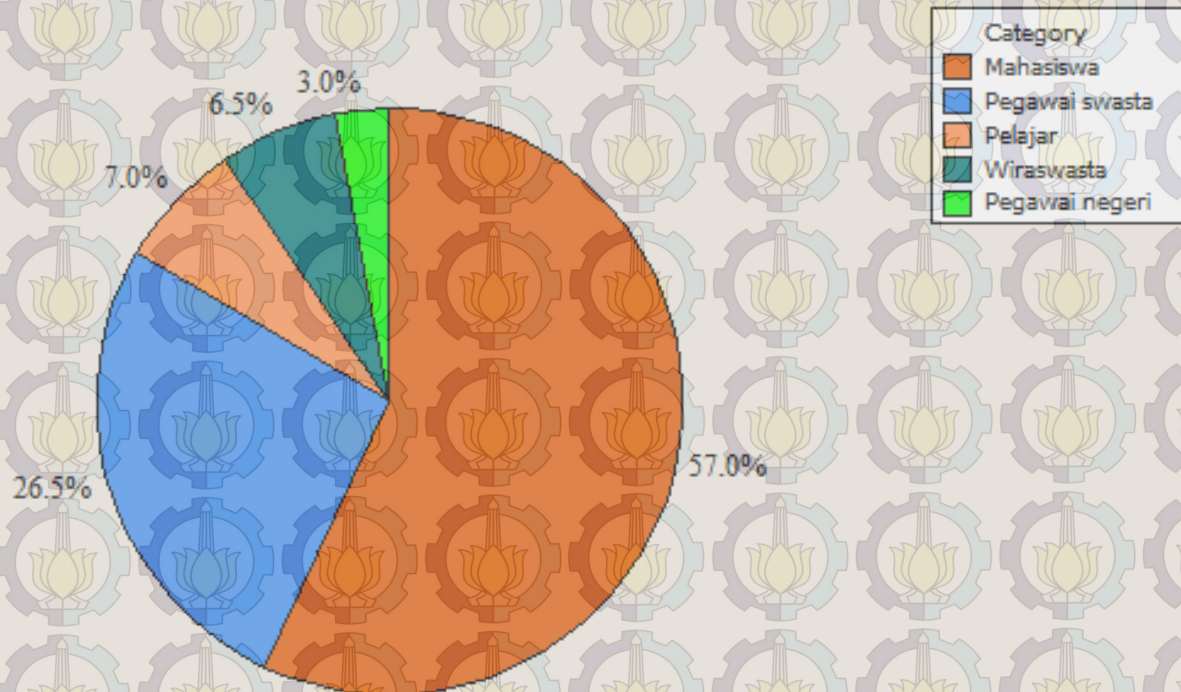
Jenis Kelamin





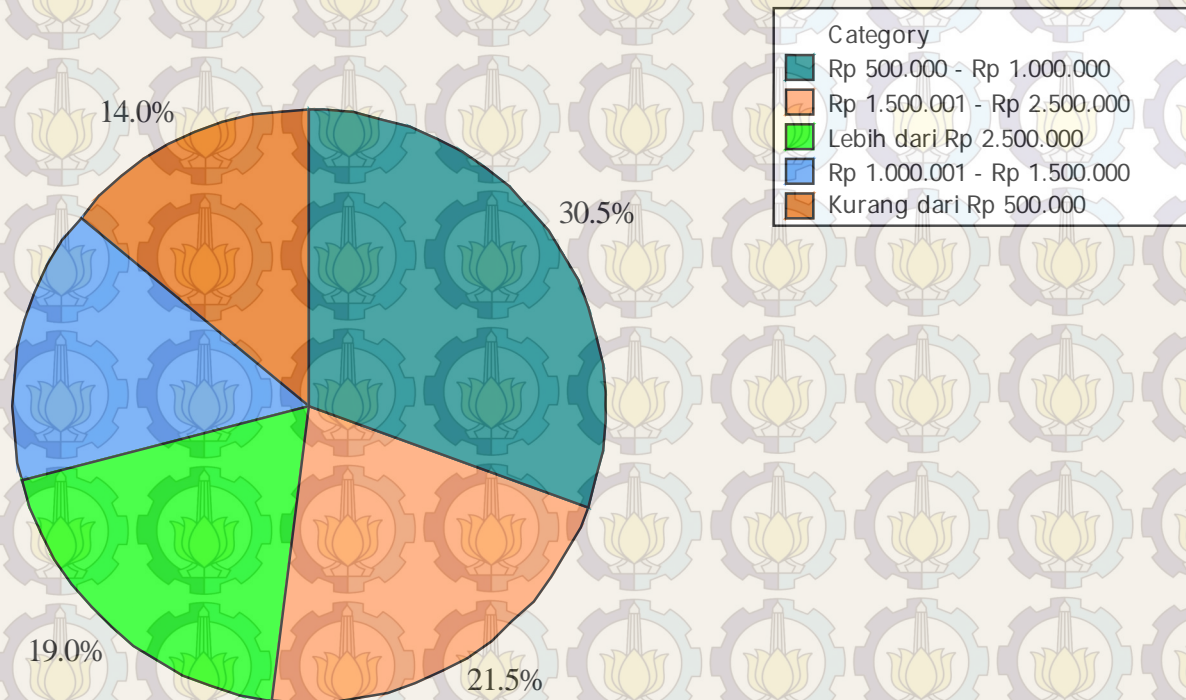


Pekerjaan



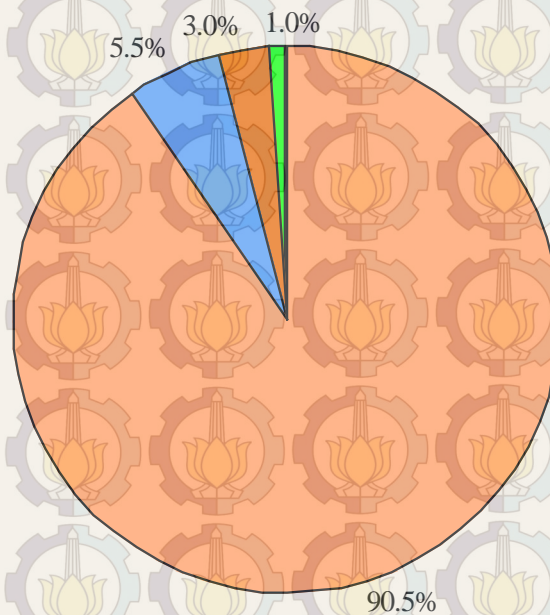


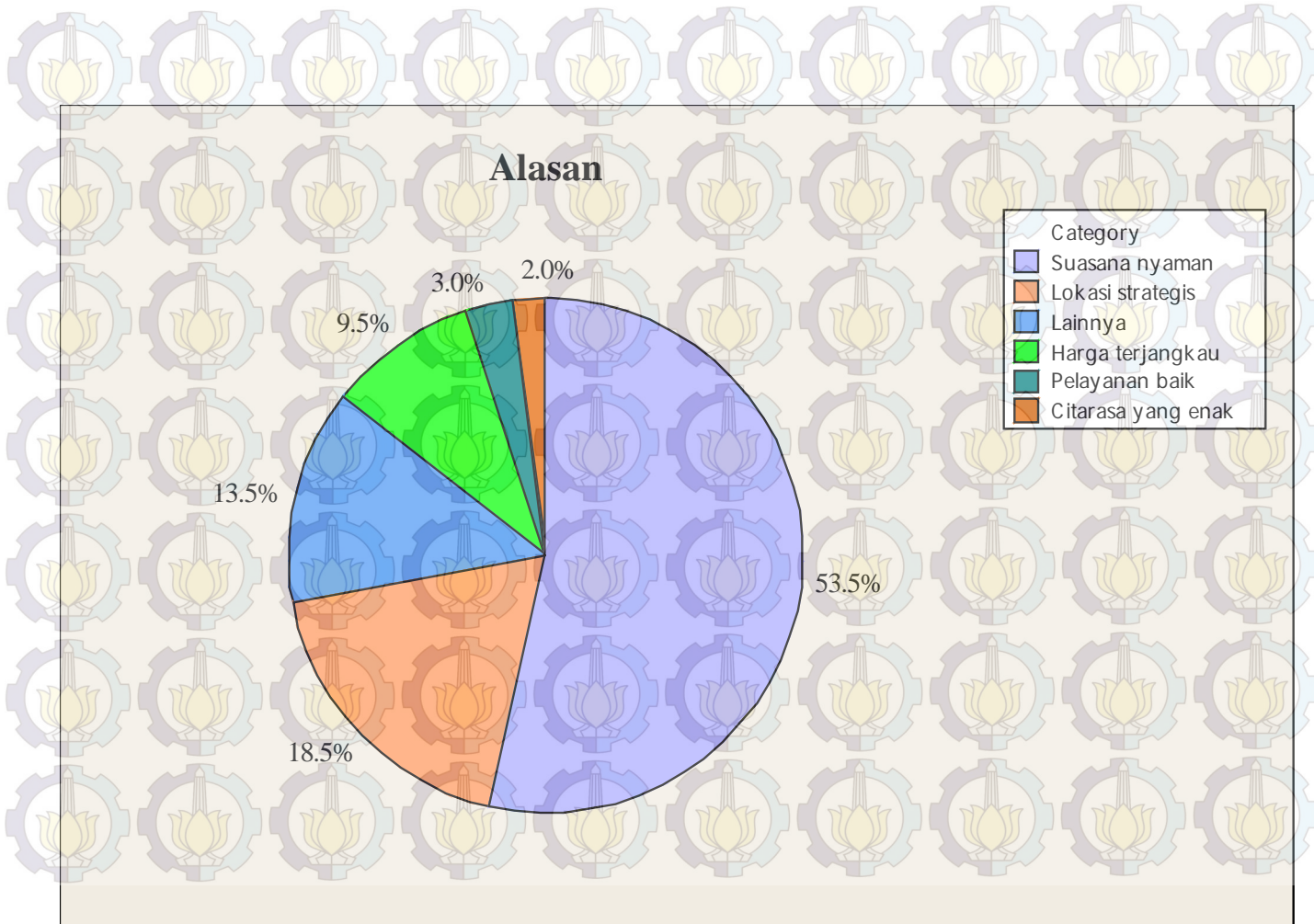
Pendapatan/uang saku





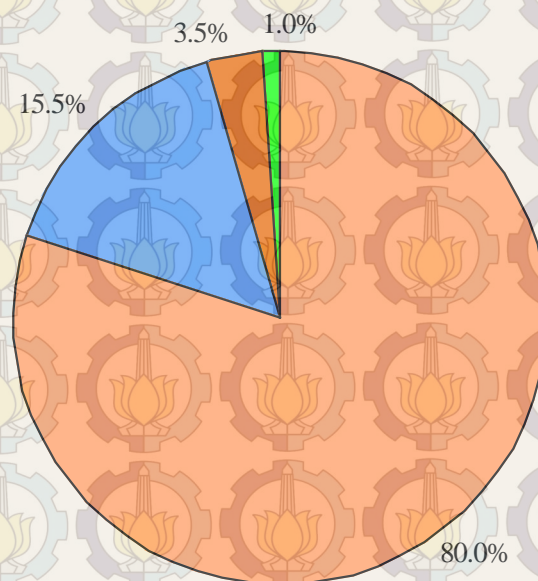
Darimana mengetahui Matchbox





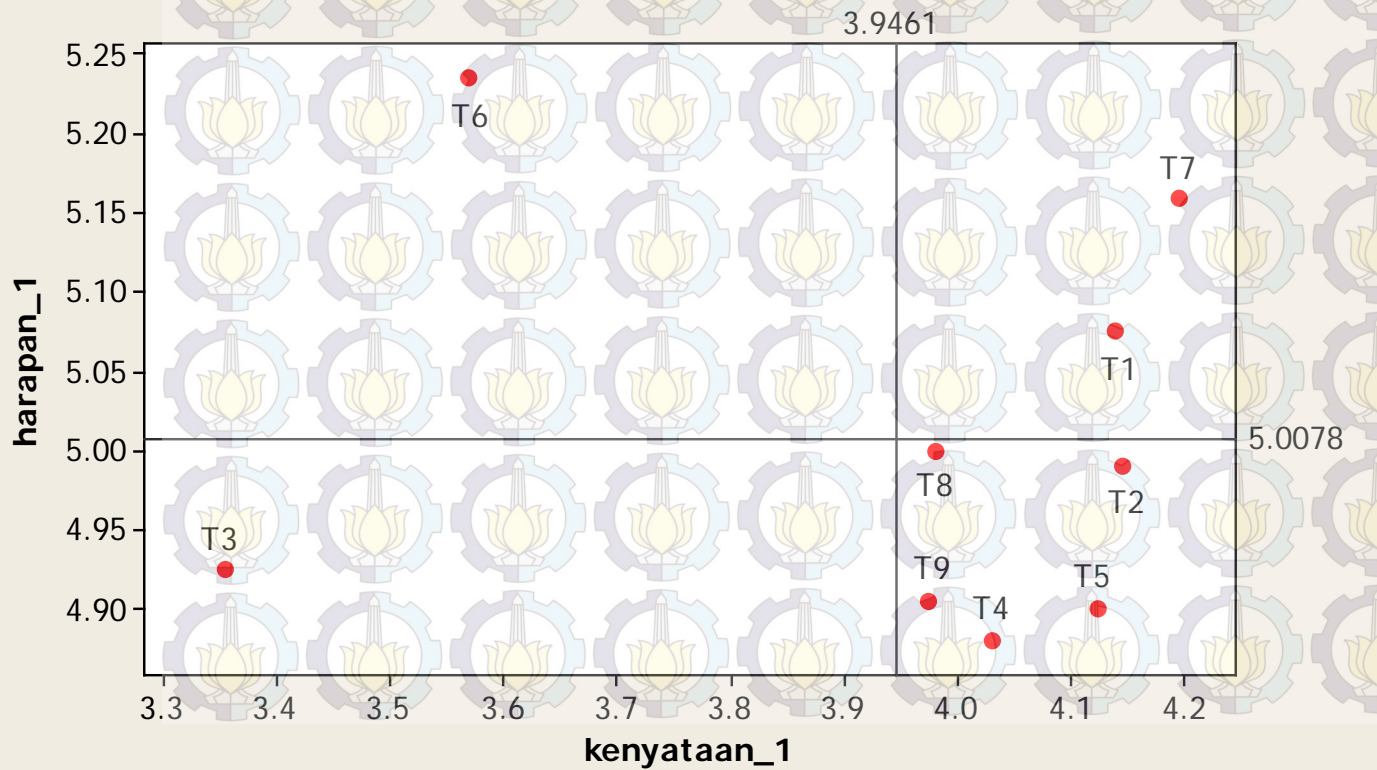


Bersama siapa





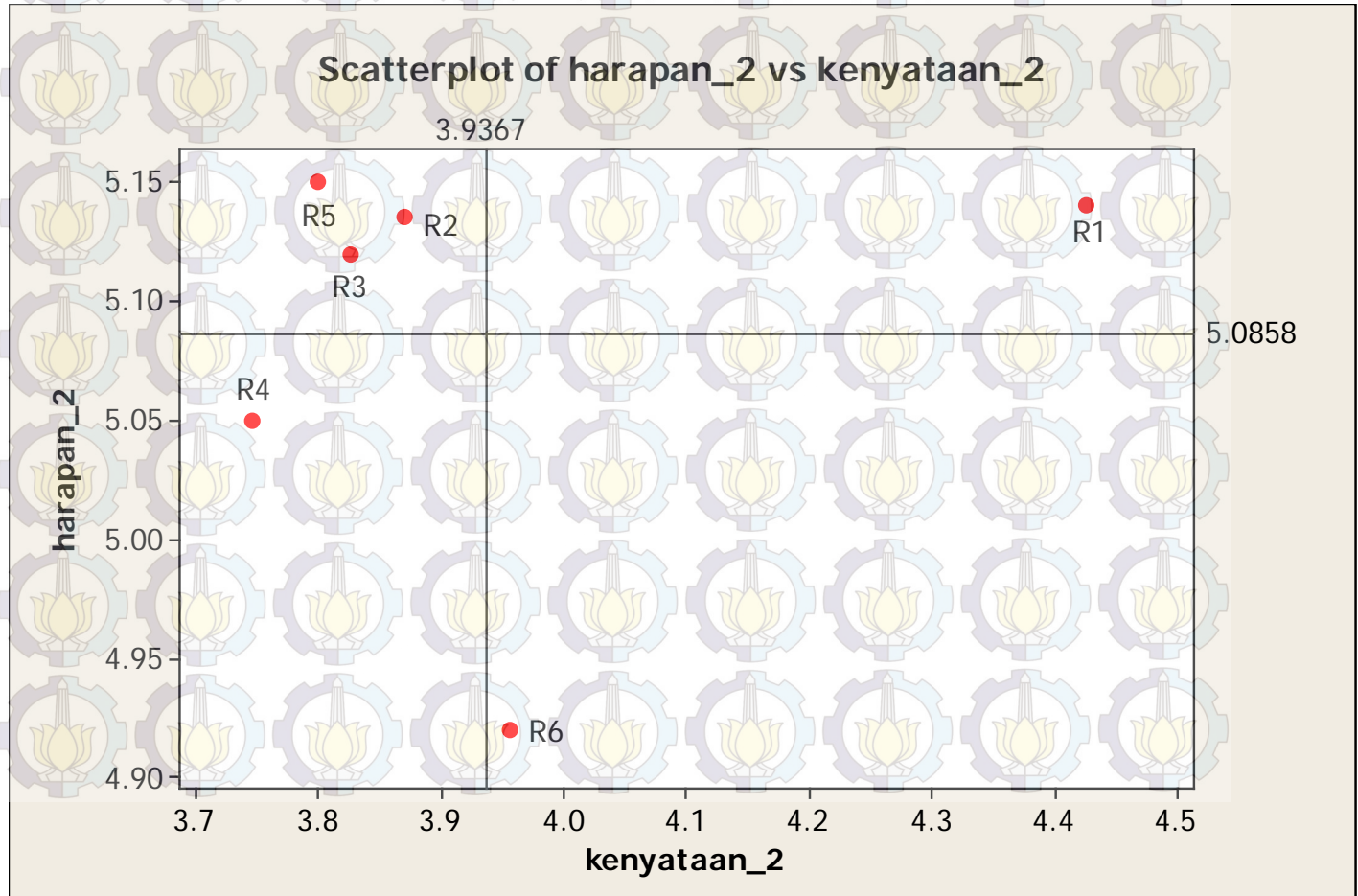
Scatterplot of harapan_1 vs kenyataan_1



Dimensi
Tangible

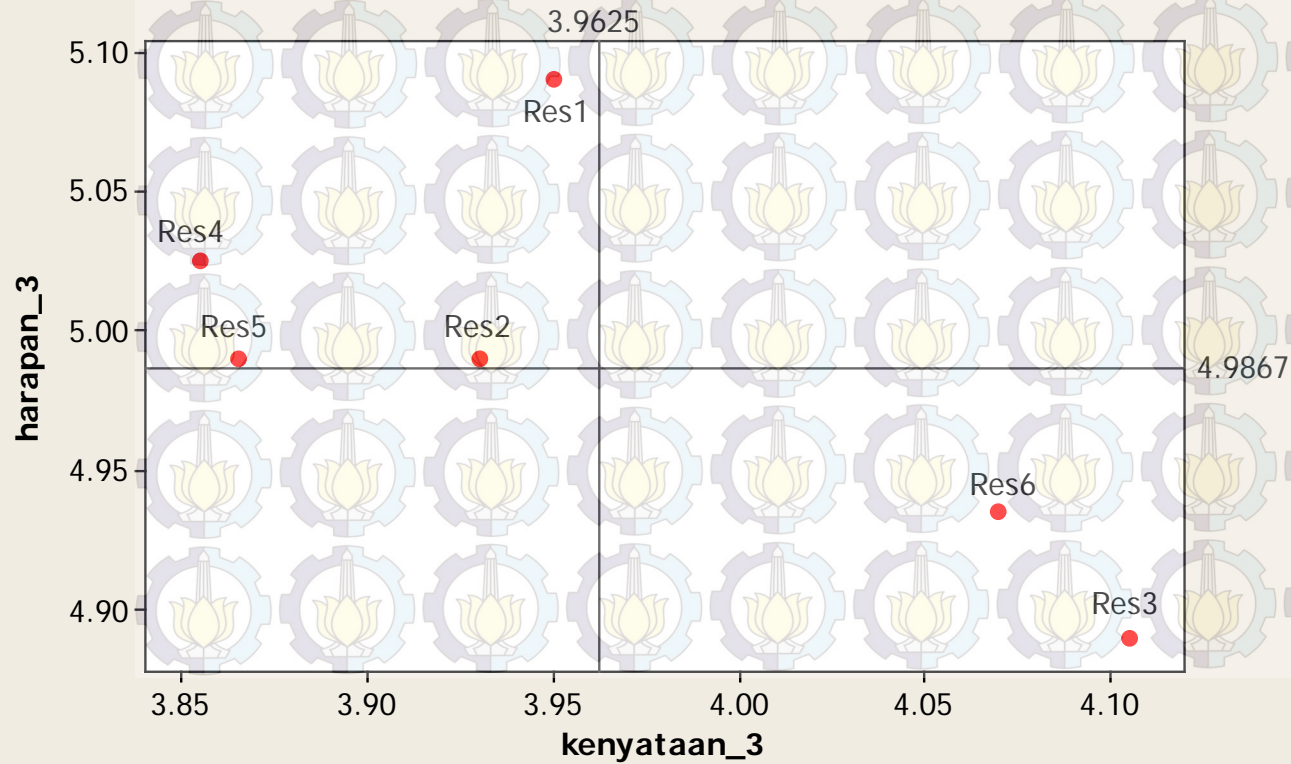


Dimensi
Reliability





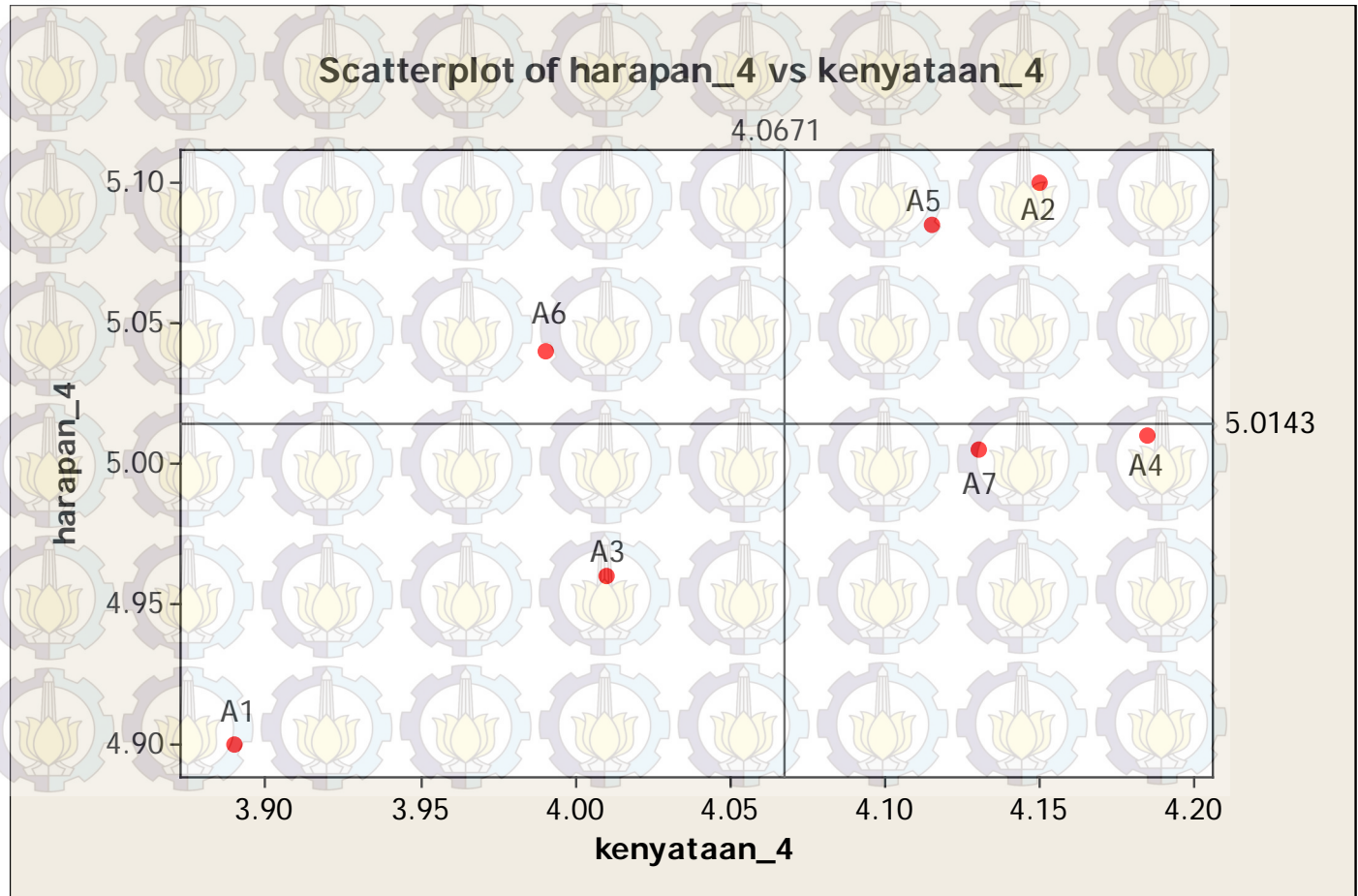
Scatterplot of harapan_3 vs kenyataan_3



Dimensi
Responsiveness

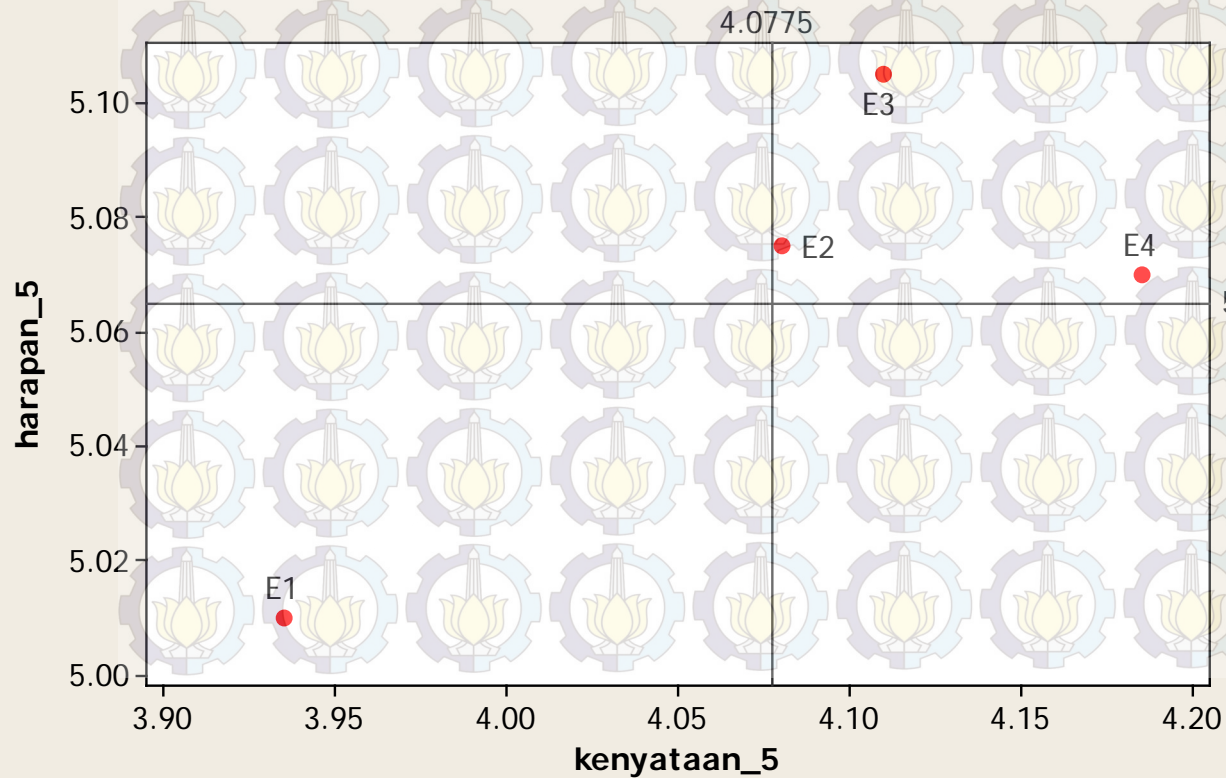


Dimensi
Assurance





Scatterplot of harapan_5 vs kenyataan_5



Dimensi
Emphaty



Nilai CSI

66,63371

√

81 - 100

Sangat Puas

66 - 80

Puas

51 - 65

Cukup Puas

35 - 50

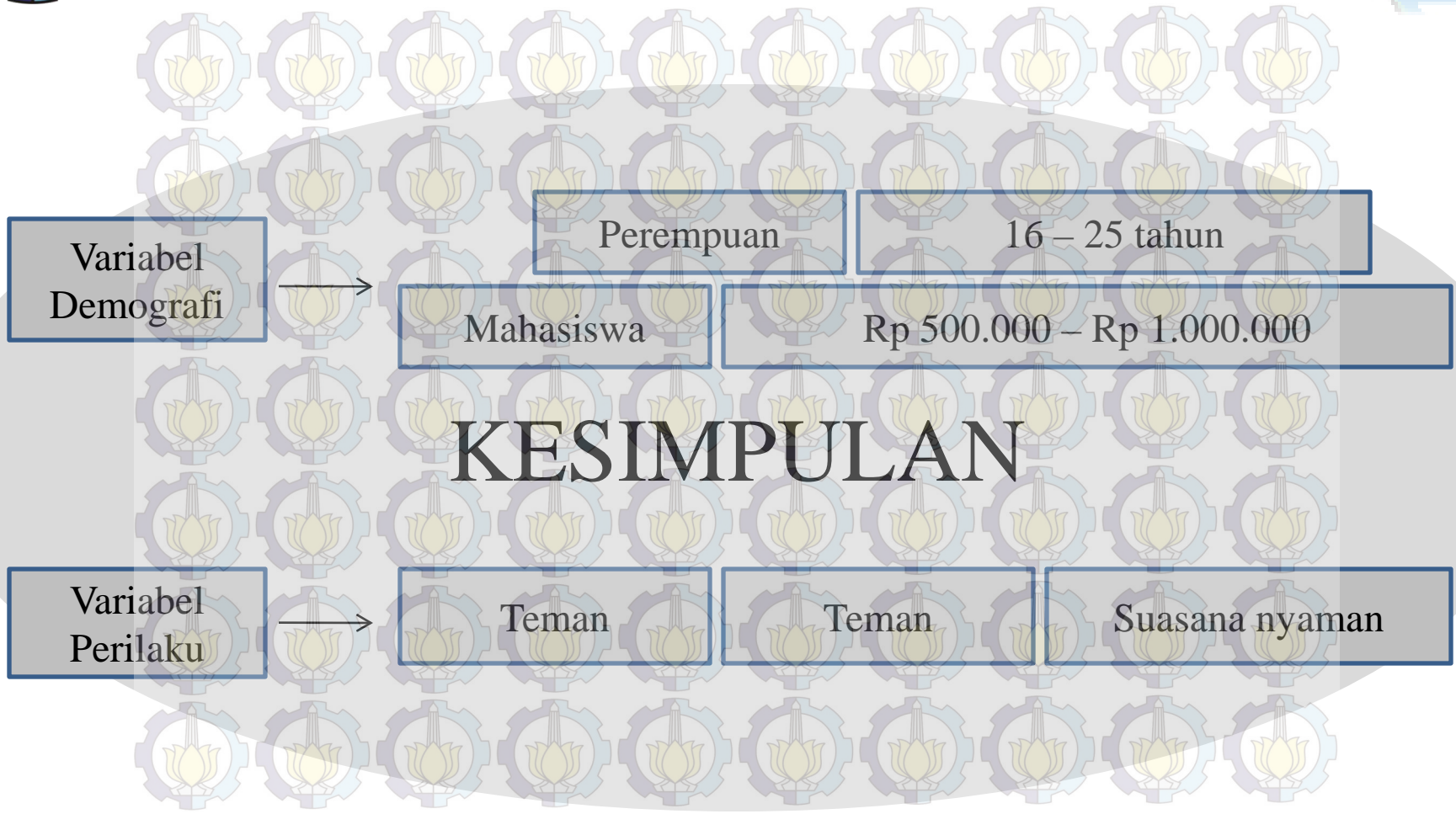
Kurang Puas

00 - 34

Tidak Puas



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN



KESIMPULAN



Tangible

- Kebersihan toilet
- Tempat parkir.
- Promo menu atau adanya spesial diskon bagi pelanggan
- Wifi lancar (tidak lemot)
- Pihak Matchbox Too Coffee and Friends memberikan perhatian terhadap pelanggan ketika penuh
- Waktu untuk menunggu pesanan cepat

Reliability

Responsiveness

- Kecepatan pegawai terhadap pelanggan dalam hal pemesanan makanan
- Penanganan keluhan cepat
- Pegawai tidak membiarkan pelanggan berdiri lama ketika penuh
- Ketika pelanggan membutuhkan sesuatu pegawai memiliki waktu yang luang untuk membantu
- Kecepatan pegawai saat memberikan menu kepada pelanggan



Assurance

- Harga pada menu makanan dan minuman sesuai dengan kualitas
- Kesesuaian porsi makanan atau minuman dengan harga
- Menu makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan gambar

Emphaty

- Menanggapi complain pelanggan